

KOMUNIKĀCIJAS POLITIKA

I. Vispārīgie noteikumi

1. Komunikācijas politikas (turpmāk - Politika) mērķis ir noteikt mērķus un rīcības to sasniegšanai, pēc kurām veidot efektīvu komunikāciju ar visām akciju sabiedrības "Pasažieru vilciens" (turpmāk – Sabiedrība) mērķa grupām.
2. Sabiedrības mērķa grupas ir:
 - 2.1. sabiedrība kopumā, primāri – vilcienu esošie un potenciālie pasažieri;
 - 2.2. plašsaziņas līdzekļu pārstāvji;
 - 2.3. Sabiedrības darbinieki;
 - 2.4. citas ieinteresētās puses (Satiksmes ministrija, valsts sabiedrība ar ierobežotu atbildību "Autotransporta direkcija", Sabiedrības sadarbības partneri u.c.).

II. Komunikācijas mērķi

3. Nodrošināt informatīvu, godīgu, proaktīvu un uzticamu sadarbību ar Sabiedrības mērķa grupām.
4. Attīstīt un uzturēt Sabiedrības korporatīvo zīmolu atbilstoši Sabiedrības stratēģijā noteiktajam un apstiprinātajai zīmola vizuālajai identitātei.
5. Veidot izpratni par Sabiedrību kā videi draudzīgu un uzticamu pasažieru pārvadātāju, kas nodrošina iespēju ātri, droši un komfortabli nokļūt galamērķī.
6. Veidot izpratni par pasažieru pārvadājumu pa dzelzceļu attīstību un vilcienu kā labai draudzīgu pārvietošanās veidu.
7. Veidot izpratni par Sabiedrību kā pievilcīgu darba devēju.

III. Komunikācijas uzdevumi

8. Informēt sabiedrību un vilcienu pasažierus par Sabiedrības darba aktualitātēm.
9. Veidot sabiedrībā pozitīvu un atpazīstamu Sabiedrības tēlu.
10. Īstenot koordinētu un operatīvu komunikāciju ar plašsaziņas līdzekļiem.
11. Attīstīt mērķtiecīgu un regulāru informācijas apriti starp Sabiedrības darbiniekiem.

IV. Komunikācijas process

12. Komunikācijas procesu veido ārējā un iekšējā komunikācija, un to nodrošina Sabiedrības valde un struktūrvienību vadītāji atbilstoši Sabiedrības iekšējos normatīvajos aktos noteiktajai kārtībai:
 - 12.1. Ārējā komunikācija - Komunikācijas un mārketinga daļa sadarbībā ar Sabiedrības struktūrvienībām informē un izglīto sabiedrību par pasažieru pārvadājumu pa dzelzceļu priekšrocībām un Sabiedrības ieguldījumu, lai nodrošinātu to pieejamību, ērtumu un drošību, tādējādi veidojot sabiedrības izpratni par situāciju pasažieru pārvadājumos pa dzelzceļu un veicinot to pieprasījuma pieaugumu. Ārējo komunikāciju īsteno, izmantojot plašsaziņas līdzekļus un sociālos tīklus.
 - 12.2. Iekšējā komunikācija – Sabiedrības valde un struktūrvienību vadītāji ir atbildīgi par iekšējās komunikācijas kvalitatīva procesa nodrošināšanu, mērķu un uzdevumu izskaidrošanu savā struktūrvienībā un sadarbojoties starp struktūrvienībām. Iekšējo komunikāciju īsteno, izmantojot visus pieejamos komunikācijas kanālus – iekšējie normatīvie dokumenti, sanāksmes, darba grupas, elektroniskā saziņa u.c..

V. Rīcības komunikācijas mērķu sasniegšanai

13. Lai sasniegtu komunikācijas mērķus, Sabiedrība:
 - 13.1. izstrādā un īsteno apstiprinātajai Sabiedrības stratēģijai un vadības lēmumiem atbilstošu komunikācijas stratēģiju, plānus, procedūras un budžetu;
 - 13.2. nodrošina efektīvu komunikāciju, lai sasniegtu labāku izpratni par Sabiedrības vīziju, misiju un veicamajām darbībām to sasniegšanai;
 - 13.3. nodrošina, ka komunikācijas stratēģija un plāni ir saskaņā ar Sabiedrības biznesa stratēģiju;

- 13.4. nodrošina, ka Sabiedrības komunikācija ir konsekventa, precīza, godīga, skaidra un kodolīga; tā ir mērķtiecīgi pielāgota katrai iesaistītajai pusei, lai paustie ziņojumi būtu vienoti visām Sabiedrības mērķa grupām;
- 13.5. nodrošina proaktīvu komunikāciju un sniedz savlaicīgas atbildes, kad tas ir nepieciešams;
- 13.6. izveido efektīvus komunikācijas kanālus, caur kuriem ir iespējams atbildēt uz mērķa grupu vajadzībām;
- 13.7. nodrošina pozitīvu un stratēģisku mērķa grupu iesaisti, tostarp mērot ietekmi un veicot nepieciešamās darbības iesaistes uzlabošanai;
- 13.8. nodrošina pārskatāmu divvirzienu informācijas plūsmu starp Sabiedrību un mērķa grupām;
- 13.9. veido informēšanas kampaņas vilcienu esošajiem un potenciālajiem pasažieriem par Sabiedrības pakalpojumiem sadarbībā ar Sabiedrības darbiniekiem;
- 13.10. pēc nepieciešamības sniedz komunikācijas un informatīvo atbalstu vilcienu pasažieriem.

VI. Kontrole un novērtēšana

- 14. Politikas īstenošanai Komunikācijas un mārketinga daļa izstrādā ikgadējo ārējās un iekšējās komunikācijas plānu, un reizi ceturksnī sniedz Sabiedrības valdei apkopojumu par tā izpildi.
- 15. Komunikācijas novērtēšana tiek veikta:
 - 15.1. veicot regulāru plašsaziņas līdzekļu kvalitatīvo satura analīzi un sociālo tīklu analīzi;
 - 15.2. veicot vilcienu pasažieru apmierinātības pētījumu;
 - 15.3. veicot Sabiedrības darbinieku apmierinātības pētījumu.